

Slow Food Youth Akademie

Weniger ist mehr – ein Plädoyer für Wildfleisch

Wildbret, das Fleisch freilebender Tiere aus heimischen Revieren und landwirtschaftlicher Gehegehaltung, steht bei den Deutschen selten auf dem Speiseplan. Das nahmen fünf Teilnehmer der Slow Food Youth Akademie 2017 zum Anlass, um sich mit den Gründen dafür sowie mit Wildfleisch als Möglichkeit für einen zukunftsfähigen Fleischkonsum auseinanderzusetzen. Von **Sarah Niehaus**.

Angeregt und motiviert wurden die fünf Teilnehmer von Markus Bitzen. Dem Jäger und Koch sind der respekt- und verantwortungsvolle Umgang mit Lebensmitteln und unserer Erde ein essenzielles Anliegen. Rund 30 Kilometer von Bonn entfernt betreibt er ein Restaurant, das in der Region als Gourmet-Tempel für Wild bekannt ist und im Slow Food Genussführer 2017/18 empfohlen wird. Daran angeschlossen sind ein Hotel sowie ein Hofladen. Über seinen Onlineshop

bietet Bitzen seine »wilden« Spezialitäten ganzjährig an. Er bereitet ausschließlich Fleisch von Tieren zu, welche in freier Wildbahn aufgewachsen und von ihm selber oder von befreundeten Jägern waidmännisch anstatt in Treibjagd erlegt wurden. Das Fleisch hat ausreichend Zeit zu reifen und wird zart und aromatisch an die Verbraucher vertrieben.

Geschmack nach Freiheit

»Für mich ist Wildbret das natürlichste

Fleisch, das es gibt. Es schmeckt nach Freiheit«, schwärmt Markus Bitzen. Doch liegt der Wildanteil am Fleischkonsum hierzulande gerade einmal bei rund einem Prozent. »Das Gerücht, Wild schmecke streng, hält sich in den Köpfen der Menschen leider hartnäckig. Aber das ist nur einer der Gründe, warum mehr regionales, freilaufendes Wild zur Verfügung steht als Nachfrage vorhanden ist«, bedauert Bitzen. »Ich beschäftige mich selber seit Langem mit diesem Thema.



Kommentar von Michael Beier, Vorstand Heinz Sielmann Stiftung

Als Antwort auf die Massentierhaltung ist ein bewusster Fleischgenuss heute wichtiger denn je. Die oftmals katastrophale Haltung der Tiere, der Missbrauch von Antibiotika und die Rückstände von Hormonen im Fleisch erzeugen bei immer mehr Konsumenten eine Ablehnung gegenüber dieser intensiven

Fleischindustrie. Zugleich setzen manche Verbraucher nachhaltige und ethisch vertretbare Ernährung weiterhin mit Genussfeindlichkeit und Verzicht gleich. Dem ist nicht so!

Wie Verantwortung und Genuss bei Fleisch zusammenpassen zeigt Wildbret. Aus nachhaltiger, regulierter Jagd und Gehegehaltung stellt Wild eine vernünftige Nutzung natürlicher Ressourcen dar. Durch Schonzeiten, strenge Kontrolle der Wildbestände sowie handwerkliche Verarbeitung zählt es zu den nachhaltigsten Fleischangeboten auf dem Markt. Stammt es aus regionalen Wäldern und Gewässern, wirken sich kurze Transportwege zum Verbraucher positiv auf dessen ökologischen Fußabdruck aus. Die stressfreie Lebensweise der Tiere

und ihre natürliche Ernährung verleihen dem Fleisch sein einzigartiges Aroma, seine Struktur und Farbe. Fettarm und eiweißreich versorgt es uns mit den wichtigsten Omega-3-Fettsäuren. Vor allem steht es uns ganzjährig zu Verfügung, den Anfang macht der Maibock im Mai, das Ende das Wildschwein im April. Deshalb begrüße ich es, dass Wildfleisch langsam aber sicher beginnt, sich neue Märkte zu erschließen. Erste gastronomische Angebote kombinieren Hirsch oder Wildschwein mit asiatischen und orientalischen Gewürzen, bereiten Klassiker mit Wild anstelle von Rind und Schwein zu. Auch Veredelungsverfahren wie Dry Aging werden inzwischen für Hirschsteak, Reh- oder Wildschweinerücken genutzt. Um die Nachfrage nach Wildfleisch anzukurbeln, braucht es darüber hinaus aber kundenorientierte Vertriebswege und ein Bewusstsein für die Vielfalt von Wildfleisch. Zusammen mit Slow Food möchten wir den Appetit für ein Produkt anregen, das es verdient hat, ganzjährig vom Endverbraucher genossen zu werden – auch oder gerade, indem wir den Nachwuchs mit diesem Thema beschäftigen. Über all dem steht das Ziel: weniger, aber dafür das bessere und gesündere Fleisch auf den Teller zu bringen!



Umso mehr habe ich mich über die Zusammenarbeit mit der Slow Food Youth Akademie gefreut, um den frischen Blick von außen sowie erste Ideen und Anregungen dazu zu bekommen, wo es in Zukunft hingehen kann«, so der Wildspezialist.

Von ihrer Neugierde gepackt, erarbeiteten fünf junge Erwachsene zwei Stellenschrauben, welche die Nachfrage nach Wildfleisch zum Erstarren bringen können: Ein erleichteter Zugang zu regionalem Wild mithilfe entsprechender Vertriebs- und Vermarktungsstrukturen sowie ein Bewusstsein für die ökologischen und gesundheitlichen Vorteile und die geschmackliche Vielfalt von Wildfleisch bei Verbrauchern. Ohne unmittelbaren Kontakt zu einem Jäger haben es Interessenten bislang oft schwer, an Wildbret zu kommen. Der Lebensmitteleinzelhandel hat es selten im Sortiment.

Wilder Trend

»Vernetzung und vertrauensvolle Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Das ist ausschlaggebend für die Zukunft des Wildfleisches in Deutschland. Es müssen Vertriebs- und Kommunikationswege zwischen Jägern, Köchen, Händlern und Konsumenten weiter aufgebaut und verstetigt werden«, erläutert Inés Lauber, Teilnehmerin der Arbeitsgruppe. Doch Absatzmärkte bedingen sich auch durch Nachfrage: Um das Wildfleisch für den Gaumen der Verbraucher schmackhafter zu machen,

plädiert ihre Gruppe für einen Image-Wandel. Weniger exklusiv, urbaner und vielfältiger soll es werden. »Aus unserer Sicht sollten wir insbesondere die 20- bis 40-Jährigen, die sich für Regionalität, biologisch erzeugte und gesunde Lebensmittel begeistern und diese nachfragen, als Zielgruppe und Multiplikatoren gewinnen. Sie tummeln sich insbesondere in den Städten, auf Street Food Märkten und bei Koch-Events, spüren dort neuen Trends und innovativen Geschmackserlebnissen nach. Hier müssen sie auf Wildfleisch treffen«, so Lauber. Ihre ersten Ideenskizzen reichte die Gruppe mit Ende des Akademiejahres an Markus Bitzen weiter.

»Für mich ist dieser Austausch viel wert. Zum einen erkenne ich, dass ich mit meinem Unternehmen schon auf einem guten Weg bin. Wir haben einen Online-shop mit Informationen über Zubereitungsarten und unsere Produkte haben es ins Sortiment ausgewählter Lebensmittelgeschäfte in der Region geschafft. Ich werde das Wissen, wie es funktionieren kann, weiter im eigenen Netzwerk streuen und damit auch im Umfeld der Chef Alliance von Slow Food Deutschland, wo ich Mitglied bin«, resümiert Bitzen. Die Begeisterung der Akademie-Teilnehmer für Wildfleisch hallt bei Slow Food Deutschland und der Sielmann-Stiftung nach. Bei Fragen rund um nachhaltigen Fleischkonsums wird es fester Bestandteil sein. ●

THE ART OF CHOCOLATE



IN KÜRZE
IM HANDEL!

30 NEUE LOOKS
2 NEUE SORTEN
3-FACHE VERANTWORTUNG

- N°01 | Nachhaltig-zertifizierte Rohstoffe
- N°02 | Optimaler Produktschutz durch ganzheitlich ökologische Verpackung (NatureFlex statt Alufolie, FSC-zertifiziert)
- N°03 | Soziales Engagement gegen Ungerechtigkeit und Unterdrückung

